

Процесс принятия решения характеризуется двумя составляющими: объективными и субъективными. К основным объективным и субъективным условиям, определяющим реализацию процессов решения в деятельности менеджера, относятся: а) наличие дефицита информации и времени, стимулирующих «борьбу» гипотез; б) наличие некоторой «неопределенности ситуации», определяющей борьбу мотивов у субъекта, принимающего решение; в) осуществление волевого акта, обеспечивающего преодоление неопределенности, выбор гипотезы, принятие на себя той или иной ответственности [1, с. 256].

Условия принятия решения во многом зависят от степени неопределенности, причем инновационные решения в большей степени отличаются неопределенностью. Процедура принятия решения и его качество в различных ситуациях неопределенности будут иметь разный характер. Считается, что в любом случае необходимо разумное снижение неопределенности [1, с. 254]. Процедура выработки решения условно описывается следующими операциями: а) предварительное выдвижение системы эталонных гипотез; б) сопоставление текущих образов (концептуальных моделей) с рядом эталонов и оценка сходства между ними; в) коррекция образов (моделей) и «сообразование» гипотез с достигнутыми результатами; г) выбор эталонной гипотезы или ее построение, принятие решения (принципа и программы действий). При этом процесс принятия решений отличается индивидуальностью.

Для изучения психологии принятия инновационных управленческих решений было проведено эмпирическое исследование. Целью исследования являлось выявление

приоритетов инновации при принятии управленческого решения в менеджменте организации. В качестве инновационных факторов были приняты: потребности качества, технические характеристики, эргономика, затраты, инвестиции, условия труда, работоспособность, мотивация. Одновременно изучалось, как воспринимаемая информация влияет на принятие управленческого решения молодыми специалистами при организационных инновациях.

В исследовании участвовали 45 испытуемых, студентов экономических специальностей БГУ: менеджер-экономист и «финансы и кредит». Проведение исследований основывалось на сценариях и policy-capturing методологии, изложенных в работе [2, с. 26]. Для условия комплексности, было выделено три типа инновационных решений по три вида оказываемых ими влияния в каждом – технические, социально-психологические и экономические.

Полученные результаты исследования были подвергнуты математическому анализу и были сведены в лепестковые диаграммы распределения приоритетов по эффектам инноваций. В результате получены (рисунок) приоритеты эффектов инноваций, играющие определяющую роль при принятии инновационных решений. Так, у студентов специальности «менеджмент» это: потребительские качества (69 %), мотивация (46 %) и инвестиции (46 %). Для студентов «финансы и кредит» это: техническая характеристика продукции (45%), мотивация персонала (55 %) и инвестиции (55 %). Важно, что при принятии инновационного решения и те и другие студенты отдавали приоритет и другим эффектам инновации. При

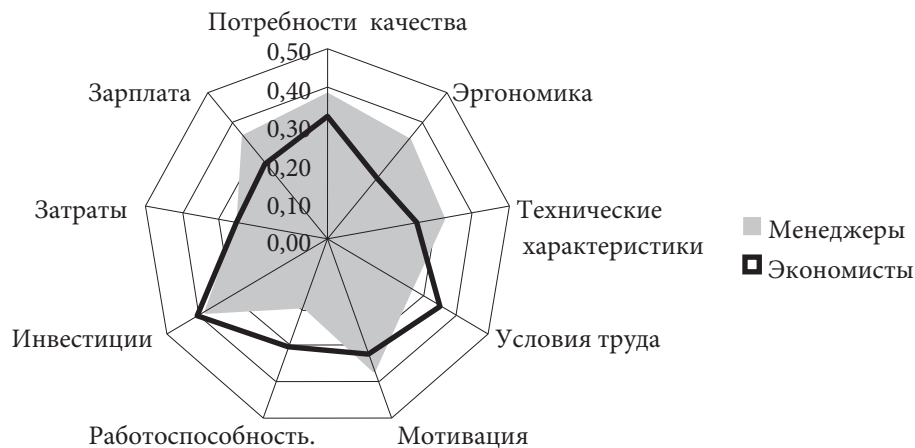


Рисунок – Влияние различных инновационных эффектов на принятие инновационного решения, %

этом зафиксировано различие между этими приоритетами. Так, например, *эргономические* характеристики продукции находились на последних позициях в приоритете при принятии инновационного решения, а именно, 11 % у менеджеров и 15 % у экономистов. Причем, студенты давали большую вероятность (в 34 % случаев у менеджеров и 21 % – у экономистов) принятия инновационного решения тем сценариям, где присутствовала эффективность улучшения именно эргономических качеств. Это обусловлено тем, что студенты свою некомпетентность в данном вопросе пытаются компенсировать, отдавая приоритеты другим эффектам, в первую очередь техническим характеристикам продукции.

Таким образом, выявлена слабая заинтересованность в организационных инновациях в сфере их социально-психологических эффектов со стороны молодых специалистов, что обусловлено различными причинами. Далее

установлено, что, к сожалению, молодые специалисты, участвующие в исследованиях не полностью готовы к пониманию и осуществлению инновационной политики предприятия. Имея приоритет знаний в одних областях (научно-технических, экономических), недостаточно уделяется внимания другим сферам (например, эргономичности продукции). В этом случае игнорирование не менее важных эффектов может привести к краху всего инновационного проекта.

Литература

1. Вайнштейн, Л.А. Психология управления и основы лидерства. / Л.А. Вайнштейн. Минск, ГИУСТ, 2008.– с.280.
2. Aiman-Smith, L.L. Conducting Studies of Decision Making in Organizational Contexts: A Tutorial for Policy-Capturing and Other Regression-Based Techniques // Organizational Research Methods. / L.L. Aiman-Smith., S.E. Scullen, S.H. Barr. CA. – 2002. – Vol. 5. – №. 4. – с. 54.